

ALORS QUE L'ON SE DIRIGE VERS UNE AUGMENTATION DU NOMBRE D'ÉTUDES, LES RÈGLES ENTOURANT LA COMMUNICATION DES NOTAIRES RESTENT TRÈS CONTRAIGNANTES, FREINANT DE FAIT LE DÉVELOPPEMENT DE LEUR CLIENTÈLE. DANS L'ATTENTE HYPOTHÉTIQUE D'UNE ÉVOLUTION DE CES RÈGLES, IL EXISTE DIFFÉRENTS MOYENS POUR FAIRE CONNAÎTRE UNE ÉTUDE NOUVELLEMENT CRÉÉE.

Temps de lecture : 4'30

Par Anne-Laure Joubaire

La **loi Macron de 2015 a bouleversé le monde du notariat** en permettant l'ouverture de 1650 nouveaux offices dans 250 zones selon une carte définie par l'Autorité de la Concurrence (ADLC). Les aspirants notaires pouvaient ensuite déposer leur candidature partout sans restriction et espérer être tirés au sort pour l'étude de leur choix. Afin de multiplier leurs chances 7500 postulants ont déposé 36.000 candidatures dans différentes zones, sans parfois prendre en considération les enjeux d'éloignement ou de méconnaissance du terrain. De fait, 8% des candidats nommés se sont désistés et à l'heure du bilan, le compte n'y est pas totalement puisqu'entre **100 et 200 offices n'ont aujourd'hui pas trouvé preneur, notamment dans des villes moyennes comme Laval, Amiens ou Rouen**. Toutefois ces mesures ont permis d'augmenter de 15% le nombre de notaires titulaires ou associés à près de 10.000, ainsi que de **rajeunir et féminiser la profession**.

Malgré l'opposition du Conseil Supérieur du Notariat (CSN), l'Autorité de la Concurrence a proposé le 31 juillet au gouvernement de lancer une deuxième vague d'installations en **autorisant l'ouverture de 700 nouvelles études dans 230 zones d'ici à 2020**. Ces ouvertures auraient pour but de **renforcer l'offre notariale** et donc le choix pour les particuliers dans les zones denses, de **créer des débouchés** pour les jeunes diplômés et **diminuer les coûts** pour les particuliers, l'ADLC jugeant les taux de marge encore trop élevés : 80% des études ayant un taux supérieur à 19%. L'ADLC préconise également d'améliorer la procédure du tirage au sort, aujourd'hui manuelle et l'instruction des dossiers. Le **gouvernement décidera de la suite à donner à cet avis en septembre**.

VERS UNE ÉVOLUTION DE LA COMMUNICATION DES NOTAIRES ?

Si l'Autorité de la Concurrence se montre satisfaite du bilan global, elle **reconnait les difficultés posées aux nouveaux notaires par les contraintes en matière de communication**. En effet **l'article 4.4 du Règlement National des Notaires interdit toute publicité personnelle** (flyers, référencement payant, démarchage) et contraint fortement les relations avec la presse. Seuls les organes nationaux/régionaux/départementaux sont habilités à lancer des campagnes de « *publicité informative générale sur le notariat* ». Au niveau national, cela s'est traduit par des campagnes variées d'affichage urbain, de [spots télévisuels](#), radios, internet. Dès lors, difficile pour un créateur d'office de se développer dans une zone dont il n'est souvent pas originaire ! A cette fin, **l'ADLC préconise une série de mesures révolutionnaires** dont notamment :

- de laisser au créateur d'un office la liberté de **déterminer le nombre d'avis à publier** dans la presse (aujourd'hui limités à 3 dans un journal d'annonces légales)
- de prévoir explicitement le droit du créateur d'office d'organiser une **inauguration de ses locaux**,
- d'**autoriser le recours à tous types de médias** pour se faire connaître,
- d'autoriser l'emploi de **panneaux et panonceaux** pour indiquer que l'office est nouvellement créé,
- de **supprimer la procédure d'agrément des sites internet** des offices par la chambre pour la remplacer par un contrôle a posteriori
- d'autoriser explicitement le notaire à **communiquer sur ses tarifs**, et notamment le fait qu'il pratique une remise le cas échéant. L'Autorité propose de **porter le taux maximal de remise de 10 % à 20 %** ».

Ces recommandations étant uniquement destinées à la communication des créateurs d'office, le CSN a d'ores et déjà réclamé qu'elles s'appliquent à toutes les études. En attendant une éventuelle mise en œuvre de ces mesures, **il existe d'autres moyens pour se faire connaître et se démarquer tout en respectant les règles établies**.

LES CONSEILS D'ELIOTT ET MARKUS

Avant toute chose, il est nécessaire de définir une stratégie de communication en cohérence avec vos atouts, le territoire sur lequel vous êtes implanté et vos objectifs. De celle-ci découlera :

- Votre positionnement sur les **réseaux sociaux**.

Vous êtes en effet libre de créer un compte dédié à votre étude. Il est notamment intéressant de s'appuyer sur Facebook pour démontrer sa proximité, [LinkedIn](#) pour la diffusion de votre expertise, Twitter pour se tenir au courant de l'actualité du secteur, Instagram pour la diffusion d'annonces immobilières.

- Vos **contenus**.

Ecrire des articles sur votre site (conseils, veille juridique), les envoyer à vos clients par une newsletter, inclure des mots clés recherchés (ex : notaire testament rennes) peut être un bon moyen de [remonter naturellement dans les recherches](#) Google.

- **Votre site internet**

Tout site notarial doit être approuvé par la chambre départementale et complaire à la fois à une charte graphique et déontologique. Il est toutefois possible de lui donner une individualité propre en **mettant en avant ses spécialités** si celles-ci ont été sanctionnées par un diplôme, les **langues** parlées ou encore la participation à un réseau. Vous pouvez démontrer votre accessibilité en proposant des **services de prise de rendez-vous en ligne** ou de visio-conférence. Ce site peut également **diffuser des annonces immobilières**. Evidemment tout site doit régulièrement être mis à jour et contenir des liens menant seulement vers des sites juridiques ou institutionnels.

- Vos **supports de communication**

Bien qu'étant contraint par la charte graphique notariale, chaque notaire a le droit de créer un logo qui lui soit propre. Celui-ci peut être apposé sur vos brochures, papiers à en-tête, cartes de visites ou [cartes de vœux](#) envoyées aux clients.

- Vos **locaux**

Loin d'être anecdotique, cet enjeu peut s'avérer crucial pour les nouvelles études. Se positionner près d'une voie fréquentée garantit en effet une publicité à peu de frais. Reflet de votre travail, l'[intérieur](#) aussi doit être soigné ce qui laissera une impression durable à vos clients.

- Vos **relations presse**

Rédiger des **articles de simplification** pour des journaux locaux lors de changements législatifs majeurs peut permettre de se démarquer. Nous vous conseillons toutefois la prudence dans cette démarche : un notaire de Lyon a récemment été rappelé à l'ordre en la matière.

LE BOUCHE A OREILLE : L'ARME ULTIME DU JEUNE NOTAIRE

Comment recherchiez-vous un notaire ? En se fiant à son expertise mais surtout au bouche à oreille. Pour cela, pas de secrets : présentez-vous à vos confrères, à la collectivité, aux agences immobilières et intégrez-vous dans la ville.

Ne manquez pas également les occasions vous amenant à être directement en contact avec un public intéressé comme par exemple l'événement annuel [Les notaires à votre rencontre](#) organisé par le CSN et consistant en des rencontres physiques (dans des trains en 2017), lignes téléphoniques dédiées ou questions-réponses sur internet. Signalons également l'excellente initiative du [Conseil du coin](#), qui offre la possibilité aux particuliers de **demande gratuitement conseil à un notaire, chaque premier samedi du mois, dans un café ou lieu public près de chez eux**. Cette initiative vise à positionner le notaire comme un « acteur social » à part entière. Depuis peu, les internautes peuvent également envoyer leurs questions par mail ou sur Facebook. Des notaires répondent à celles-ci lors d'un podcast radio chaque lundi. En offrant des conseils, dans des lieux de proximité, il est possible de se faire connaître à faible coût et de mieux cerner l'attente des usagers. Savoir bien communiquer autour de son offre, c'est d'abord **savoir se mettre à la place de son client**.